جامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن
Princess Nourah bint Abdulrahman University

الدليل الإجرائي للسياسات الاتصالية

جامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن

الإدارة العامة للاتصال المؤسسي

إدارة الاتصال والتسويق

قائمة الدليل

تـــوطئة 03

الباب الأول: الضوابط والإجراءات الاتصالية العامة 04

الباب الثاني: منصات النشر الاتصالي 16

الباب الثـالث: إنتاج المحتوى الرقمي 31

الباب الـرابـع: الفعاليات والتغطيات الإعلامية 35

الباب الـخـامس: سياسة توقيع الاتفاقيات ومذكرات التفاهم 37

الباب الـسادس: المخالفات الاتصالية 40

نماذج الاتصال والتسويق 42

توطئة

إيمانًا بالدور المحوري للاتصال والإعلام في دعم مسيرة التطوير المؤسسي، وحرصًا على توحيد الممارسات الاتصالية بما ينسجم مع تطلعات رؤية المملكة 2030 ورسالة جامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن.

فقد أُعد هذا الدليل الإجرائي والضوابط الاتصالية والإعلامية ليكون المرجع الرسمي المنظم للسياسات والإجراءات الاتصالية داخل الجامعة وخارجها، وهو موجه لكافة منسقات الاتصال في الكليات والعمادات والمراكز والإدارات.

ويهدف الدليل إلى:

- توحيد قنوات الاتصال والإعلام داخل الجامعة وخارجها.
- إحكام ضبط أدوار ومسؤوليات ومهام منسقات الاتصال.
- ضبط جودة المحتوى الاتصالي بما يحافظ على أصالة الهوية المؤسسية للجامعة.
- رفع كفاءة الممارسات والمبادرات، وتعزيز الحوكمة المؤسسية الاتصالية والإعلامية.

جامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن
Princess Nourah bint Abdulrahman University

01

الباب الأول

الضوابط والإجراءات الاتصالية العامة

الإدارة العامة للاتصال المؤسسي
إدارة الاتصال والتسويق

الضوابط والإجراءات
الاتصالية العامة

تُعدّ الضوابط والإجراءات الاتصالية العامة للمنصات الرقمية إطارًا حاكمًا للممارسات الاتصالية في الجامعة، بما يُرسخ وحدة النهج، ويحفظ الهوية المؤسسية، ويضمن رصانة المخرجات وفاعليتها، وذلك على النحو التالي:

أولاً: الضوابط العامة المتوائمة مع الهوية البصرية

تهدف إلى ترسيخ الصورة المؤسسية للجامعة وتوحيد مخرجاتها البصرية بما يتماشى مع دليل الهوية المعتمد، وذلك من خلال:

1. توحيد قوالب التصاميم الخاصة بالمنشورات الاتصالية وفق دليل الهوية البصرية المعتمد، من حيث الخطوط والألوان والشعارات الفرعية الرسمية للجامعة.
2. الالتزام باستخدام خط الجامعة المعتمد (PNU) بجميع أنواعه في النصوص.
3. مراعاة توافق تصميم الوسائط المتعددة (الصور – الفيديوهات) مع الهوية البصرية.

ثانياً: الضوابط العامة لكتابة المحتوى الاتصالي

1. الالتزام بالسياسة العامة للدولة.
2. ألا يتضمن المحتوى آراء تخالف قوانين المملكة العربية السعودية.
3. الالتزام باللوائح والضوابط الاتصالية في جامعة الأميرة نورة.
4. أن يعكس المحتوى هوية الجامعة ورسالتها وقيمها المؤسسية، وأن يخلو من أي محتوى غير لائق لا يمت لهوية الجامعة بصلة.
5. أن يكون مختصراً مكتوبًا بلغة عربية فصحى دقيقة سليمة خالية من الأخطاء الإملائية واللغوية، مع إرفاق ترجمة معتمدة ومُدقّقة ومطابقة للنص العربي.
6. عدم نشر أي محتوى شخصي أو آراء فردية لا تمثل الجامعة.
7. تجنب أي محتوى قد يحمل إيحاءات سياسية مثيرة للجدل.
8. إرفاق مصادر أو روابط رسمية عند ذكر إحصائيات أو بيانات.
9. التأكد من أن جميع المحتويات مناسبة للجمهور وتعكس رؤية الجامعة والجهة.
10. أن يحمل المحتوى الطابع الرسمي للهوية البصرية للجامعة، في العبارات، والرسومات، والصور، بما لا يتنافى مع حقوق الملكية الفكرية.
11. خلو المحتوى من أرقام الجوالات والاكتفاء بالتحويلات الداخلية للتواصل حال تطلب الأمر.
12. في حال وجود (شراكة)، يتوجب معه إدراج شعار الجهة الخارجية وإرفاق نسخة من الاتفاقية.
13. في حال وجود راعٍ (للفعالية/الحدث)، يُضاف شعار الراعي وفقًا لما ورد في الاتفاقية/مذكرة التفاهم الخاصة بالرعاية.
14. تتحمل كل جهة مسؤولية مصداقية وصحة المعلومات الواردة في المحتوى.
15. تتولى منسقة الاتصال الداخلي مسؤولية مراجعة وتدقيق المحتوى من حيث النصوص والشعارات والمعلومات قبل الرفع.
16. يخضع المحتوى لإشراف واعتماد الإدارة العامة للاتصال المؤسسي ممثلة بإدارة الاتصال والتسويق – وحدة الاتصال الداخلي.

1- ضوابط تحرير الخبر الصحفي:

1. الالتزام باللوائح والأنظمة الإعلامية للجامعة عند إعداد ونشر الأخبار.
2. ربط الخبر برؤية الجامعة وغاياتها الاستراتيجية ورؤية المملكة 2030 وخططها التنموية.
3. أن يكون عنوان الخبر مختصراً وواضحاً، وألا يتجاوز عدد أحرف العنوان (70) حرفاً.
4. أن يشتمل العنوان على الكلمات الرئيسة للمحتوى أو الحدث.
5. أن يتضمن الخبر العناصر الأساسية مجيبًا على الأسئلة الستة: (من؟ متى؟ ماذا؟ أين؟ لماذا؟ كيف؟).
6. أن يتميز محتوى الخبر بالوضوح والدقة والموضوعية والإيجاز والإقناع.
7. ألا يقل الخبر عن (190) كلمة عند نشره على البوابة الإلكترونية "تبويب الأخبار".
8. ألا يقل الخبر عن (250) كلمة عند نشره على المواقع الفرعية للبوابة الإلكترونية.
9. أن يكون مكتوبًا بلغة عربية فصحى صحيحة، خالياً من الأخطاء الإملائية واللغوية، بعيدًا عن الركاكة والحشو والتضاد.
10. الالتزام بالحياد والبعد عن لغة التفخيم والمبالغة غير المهنية (مثل الإفراط في ذكر الأشخاص أو الإدارات .
11. أن يضيف قيمة نوعية للقارئ ويعزز المعرفة.
12. أن يحتوي الخبر على تصريح رسمي من المسؤول بعد أخذ الموافقة على النشر.
13. أن يكون تاريخ الخبر حديثًا (لا يتجاوز 3 أيام من إقامة الحدث).
14. أن تكون الصور المرفقة مرتبطة مباشرة بالحدث، وذات جودة عالية صالحة للنشر.

2-الإعلانات:

1.صياغة محتوى الإعلان بشكل رسمي مختصر وواضح ومباشر.

2.أن يتضمن الإعلان: (الشعار الفرعي للجهة المرسلة - اسم الفعالية – التاريخ – المكان – الوقت – الفئة المستهدفة - الباركود في حال الفعاليات الافتراضية وما في حكمها)، بالإضافة إلى أي تفاصيل أخرى متوفرة.

3.يجب إرفاق رابط التسجيل في متن البريد الإلكتروني المرسل، وكذلك في ملف الوورد المرفق.

4.تتأكد الجهة من صحة المواعيد والروابط وبيانات الجهة المنظمة.

5. إدراج الرسوم أو الجوائز المالية -إن وجدت- داخل الباركود أو الرابط فقط.

6.تُرسل إعلانات الفعاليات على هيئة صورة عرضية.

7.بعد وصول الإعلان بصيغته الصحيحة والنهائية من الجهات يتم رفع الطلب لجهات النشر المحددة في نموذج النشر.

3- صياغة المنشورات:

1. الالتزام بالإيجاز دون الإخلال بالمعلومة الأساسية.

2.استخدام لغة تواصل مناسبة لطبيعة المنصة مع الحفاظ على الرسمية.

3.إضافة الروابط أو الصور أو الوسوم حسب الضرورة.

4. تجنب التكرار أو الحشو أو تعدد الجمل الطويلة والتفاصيل الدقيقة.

5.ضمان اتساق الرسالة الإعلامية مع بقية المنصات.

6. استخدام الوسوم الرسمية للجامعة #جامعة_الأميرة_نورة و #PNU .

ثالثًا: الضوابط العامة للنشر

1. يلتزم أصحاب الصلاحية في حسابات الجامعة بدليل المحتوى الرقمي المعمم من معالي رئيسة الجامعة، مع الحرص على جودة الرسائل الاتصالية بما يعكس توجهات الجامعة ويتماشى مع السياسة العامة للدولة.
2. الالتزام بتنفيذ ما يستجد من تعاميم بهذا الخصوص، وبشكل خاص التعميم رقم (21454) بتاريخ 1443/9/13هـ.
3. تحديد أوقات نشر مناسبة لتحقيق أكبر تفاعل وفق خطة إعلامية معتمدة.
4. الالتزام بالمواعيد المحددة للنشر، على أن يُرسل الطلب قبل الفعالية بخمسة (5) أيام عمل على الأقل، وتُخلي إدارة الاتصال والتسويق مسؤوليتها عن أي طلب يُقدَّم متأخرًا.
5. يُمنع نشر أو إعادة نشر أي محتوى (مكتوب، مسموع، مرئي) من جهات أو أشخاص خارج الجامعة يمس سمعة الجامعة، أو يخالف القوانين والقيم الدينية والآداب العامة، أو يتعارض مع سياسات المملكة.
6. يُراعى استخدام الصور أو المقاطع المرئية بجودة عالية، ومتوافقة مع الهوية البصرية للجامعة.
7. يمنع نشر أي صور أو محتوى يخص رئيسة الجامعة إلا بموافقة مكتبها.
8. في حال ورود طلب نشر يتضمن شعارًا مستحدثًا، يتعيّن التأكد من اعتماد الشعار من إدارة الهوية البصرية.

الإجراءات العامة للنشر

1. تعبئة النماذج الاتصالية المعتمدة وفقاً لنوع النشر المطلوب، وإرسالها عبر بريد وحدة الاتصال الداخلي.
2. يُرسل المحتوى بصيغة (Word) حصراً، ولن تُقبل أي صيغة أخرى.
3. تُراجع الطلبات، وبعد الاعتماد يُوجَّه القرار إلى الجهة الطالبة، ويُمنع نشر أي محتوى قبل اعتماده.

رابعًا: الضوابط العامة للتوثيق الرقمي

1. الالتزام بالتعامل مع المصورين المعتمدين من الجامعة.
2. منع استخدام كاميرات شخصية دون موافقة رسمية.
3. الحصول على موافقة خطية من أي شخص يظهر في الصور أو الفيديوهات قبل النشر.
4. الالتزام بالهوية المؤسسية للجامعة عند إنتاج الوسائط المتعددة.
5. يُمنع التصوير عبر تطبيقات غير رسمية مثل "سناب شات"، كما يُمنع استخدام الفلاتر أو المؤثرات أو برامج التحرير غير الرسمية.
6. مراعاة الدقة والجودة الفنية والإضاءة والوضوح بما يتناسب مع المنصة المستهدفة.
7. أن تكون المواد المصورة بصيغة مناسبة عالية الجودة.
8. منع استخدام المواد المصورة في أي منشورات خارجية دون اعتماد رسمي، أو لأغراض تسويقية أو تجارية أو للنشر الشخصي.
9. يُضاف شعار الراعي أو الشريك على المادة المصوّرة عند وجود اتفاقية أو رعاية معتمدة بذلك.
10. تتحمل الجهة الطالبة للتصوير كامل المسؤولية عن أي مخالفة للأنظمة أو إساءة استخدام للمواد المصورة.

ضوابط الصور والفيديوهات

1. مراعاة جودة الصور ودقتها الفنية والإضاءة وجودتها العالية ومناسبتها للذوق العام بما يتوافق مع الهوية البصرية.
2. الالتزام بزوايا تصوير احترافية تعكس الهوية المؤسسية.
3. يشترط أن تكون الصور خالية عن المأكولات والمشروبات، أو أي مواد دعائية وإعلانية.
4. أن تكون الصور متوافقة مع المعايير الفنية الخاصة بدقة وجودة الصور، وسياسات وضوابط النشر المعتمدة في منصة (X)، ومع متطلبات النشر المعتمدة في موقع الجامعة الإلكتروني، كالتالي:
   - استخدام صيغة (WebP) كخيار أساسي لما توفره من جودة عالية بحجم أقل، وفي حال تعذّر ذلك يمكن استخدام (JPEG) مع ضبط مستوى الضغط المناسب للموقع.
   - الحرص على ألا يتجاوز حجم الصورة الواحدة ما بين (100) إلى (250) كيلوبايت قدر الإمكان، مع الحفاظ على الجودة البصرية المقبولة.
   - توحيد (Image Dimensions) بما يتناسب مع منطقة العرض المخصصة داخل الموقع، وتجنب رفع صور بأبعاد أكبر من الحاجة.
5. أن تكون الفيديوهات بصيغة (MP4 – WMV) وبمدة لا تتجاوز دقيقتين.
6. وضع شعار الجهة المنتجة على الفيديو.
7. التأكد من مصادر المواد المرئية والمسموعة، وعدم استخدام أو إعادة نشر أي مواد لاتمتلك الجهة حقوق الملكية الفكرية لها.

خامسًا: ضوابط التفاعل والردود

الضوابط العامة

1. يُمنع متابعة أي حساب آخر (حكومي أو خاص) إلا بعد موافقة رسمية من الإدارة العامة للاتصال المؤسسي – إدارة الاتصال والتسويق، مع تعبئة نموذج طلب متابعة.
2. يُمنع إعادة نشر محتوى أو اقتباس منشور لجهات أو أشخاص خارج الجامعة إلا بتوجيه مسبق من إدارة الاتصال والتسويق.
3. أهمية تفعيل الرسائل الخاصة بالحسابات، والتفاعل مع الفئة المستهدفة بانتظام، لاستقبال الاستفسارات والملاحظات، وتحويلها إلى مكتب رعاية المستفيدين أو الجهة المختصة.
4. إعادة نشر محتوى حسابات الجامعة الرسمية حال وجود توجيه رسمي بالمشاركة.

الإجراءات العامة

1. الرد على استفسارات الجمهور في منصات التواصل الاجتماعي من خلال الجهة المخولة وبصياغة رسمية.
2. حذف أي تعليق سلبي أو إعلان تجاري أو محتوى لا يتناسب مع توجهات الجامعة، مع إضافة ملاحظة في البايو (أو التعريف الموجز): "للاستفسارات يرجى التواصل عبر البريد الإلكتروني:".
3. تحويل أي استفسارات متخصصة إلى الجهة المعنية داخل الجامعة، مع تزويد المتابعين بالبريد الإلكتروني المناسب للتواصل.
4. احترام حرية التعبير عن الرأي والحفاظ على الخصوصية، مع الالتزام بعدم حظر المتابعين والاكتفاء بالتبليغ أو رفع تقرير لوحدة الاتصال الخارجي.
5. متابعة الحسابات الرسمية ذات الصلة التالية:

- حساب خادم الحرمين الشريفين الملك سلمان بن عبد العزيز – حفظه الله.
- حساب وزارة التعليم – جامعي.
- حساب معالي وزير التعليم.
- حساب مجلس الجامعات.
- حسابات الجامعة: الحساب الرسمي، حساب مباشر، حساب فعاليات، وحسابات الجهات الداخلية.

سادسًا: الأمن المعلوماتي

1. حفظ بيانات الدخول وكلمات المرور وعدم مشاركتها مع غير المخوّلين.
2. تغيير كلمات المرور بشكل دوري (كل ثلاثة أشهر على الأقل) أو عند تبدل الموظفين.
3. تفعيل التحقق الثنائي (Two-Factor Authentication) على جميع الحسابات.
4. إبلاغ الإدارة العامة للاتصال المؤسسي – إدارة الاتصال والتسويق في الحال عند الاشتباه بأي محاولة اختراق أو استخدام غير مصرح به.

سابعًا: الحوكمة والمسؤولية

1. الحسابات الفرعية تحت إشراف الإدارة العامة للاتصال المؤسسي – إدارة الاتصال والتسويق.
2. لا يُسمح لأي موظف باستخدام الحسابات إلا بتفويض رسمي وموافقة الإدارة.
3. عند مخالفة الضوابط، يحق للإدارة إيقاف أو سحب الصلاحيات الممنوحة للمسؤول عن النشر.
4. حفظ نسخة من جميع التغريدات والمشاركات لأغراض التوثيق.
5. تزويد الإدارة بتقارير شهرية عن نشاط الحساب (عدد المنشورات، الإعجابات، إعادة النشر، عدد المتابعين).

العلاقة التنظيمية بين

الإدارة العامة للاتصال المؤسسي وبين وحدات الاتصال في الجامعة:

تُعد منسقة الاتصال الركيزة الأساسية في تنظيم العمل الاتصالي بالجامعة، وتتكامل مهامها بين الإدارة المركزية والجهات التابعة، بما يضمن وحدة التوجّه الاتصالي وانسجام الممارسات وفق الهوية المؤسسية، وتتمثل أبرز مهام منسقة الاتصال في الوحدات التابعة فيما يلي:

1. تمثيل الجهة أمام الإدارة العامة للاتصال المؤسسي كحلقة وصل رسمية في كل ما يتعلق بالأنشطة الاتصالية.
2. الالتزام الكامل بالسياسات والأنظمة والضوابط الاتصالية المعتمدة في الجامعة.
3. متابعة تنفيذ سياسات النشر والتغطية داخل الجهة، والتأكد من توافق المحتوى مع هوية الجامعة وسياساتها
4. تزويد الإدارة العامة للاتصال المؤسسي بالنماذج والمعلومات والتقارير الخاصة بالأنشطة والفعاليات في المواعيد المحددة.
5. الرفع بالنماذج المعتمدة الخاصة بالطلبات الفنية والاتصالية (نموذج طلب نشر، نموذج طلب تغطية، نموذج طلب فتح حساب، نموذج اعتماد محتوى رقمي وغيرها)، بعد تدقيق المحتوى لغويًا وإملائيًا، مع الالتزام بالمواعيد المحددة من إدارة الاتصال والتسويق.
6. التنسيق المسبق عند إقامة الفعاليات أو الأنشطة ذات الطابع الخارجي أو الإعلامي لضمان التغطية الرسمية ، مع إحاطة الجهة الخارجية بعدم نشر أي تغطية إعلامية — خبرًا كان أو تغريدة — إلا بعد الحصول على موافقة مسبقة من إدارة الإعلام والتأثير المعرفي.
7. حضور الاجتماعات وورش العمل والدورات التدريبية التي تنظمها إدارة الاتصال والتسويق، والالتزام بما يصدر عنها من قرارات.
8. ترشيح منسقة بديلة في حال الغياب، على أن يتم إشعار إدارة الاتصال والتسويق بذلك رسميًا.
9. إالالتزام بالحفاظ على سرية المعلومات وعدم تداول الوثائق أو البيانات الرسمية إلا عبر القنوات المعتمدة.
10. تقع المسؤولية الكاملة على منسقة الاتصال في الجهة عن دقة وصحة جميع المعلومات والبيانات المرسلة.
11. تحمل المسؤولية الكاملة أمام الجهات القانونية في حال المخالفة.

قنـوات التواصـل

تُعد هذه القنوات الوسيلة الرسمية للتواصل، على أن يكون رفع الطلبات حصراً عبر البريد المخصص لوحدة الاتصال الداخلي:

البريد الرسمي لإدارة الاتصال والتسويق	GDI-CMD@PNU.EDU
البريد الرسمي لوحدة الاتصال الداخلي	GDI-CMD-ICU@PNU.EDU
البريد الرسمي لوحدة الاتصال الخارجي	GDI-CMD-ECU@PNU.EDU
أرقام التواصل	42078 - 43624 - 43714 43650 - 44592 - 37680



02

الباب الثاني

منصات النشر الاتصالي

الإدارة العامة للاتصال المؤسسي
إدارة الاتصـال والتسـويـق

منصات النشر الاتصالي

ينقسم النشر الاتصالي عبر منصات التواصل الاجتماعي، إلى محورين رئيسيين يحددان نطاق العمل ومسؤولياته، وذلك على النحو الآتي:

1 النشر الداخلي

2 النشر الخارجي

المحور الأول: النشر الداخلي

يمثل النشر الداخلي قنوات الاتصال المعتمدة داخل الجامعة لإبراز الأنشطة والخدمات والإعلانات. وتشمل هذه القنوات:

- الموقع الإلكتروني
- البريد الجامعي
- الشاشات الإلكترنية
- الحسابات الرسمية والمساندة
- الرسائل النصية

أولًا: ضوابط النشر على حساب مباشر PNU

يمثل حساب "مباشر" على منصة (X) أداة سريعة لتغطية الفعاليات والأنشطة، ويُستخدم لنقل المستجدات والبرامج التي تقيمها الجامعة بمرونة تتناسب مع طبيعة الحدث وجمهوره.

الضوابط

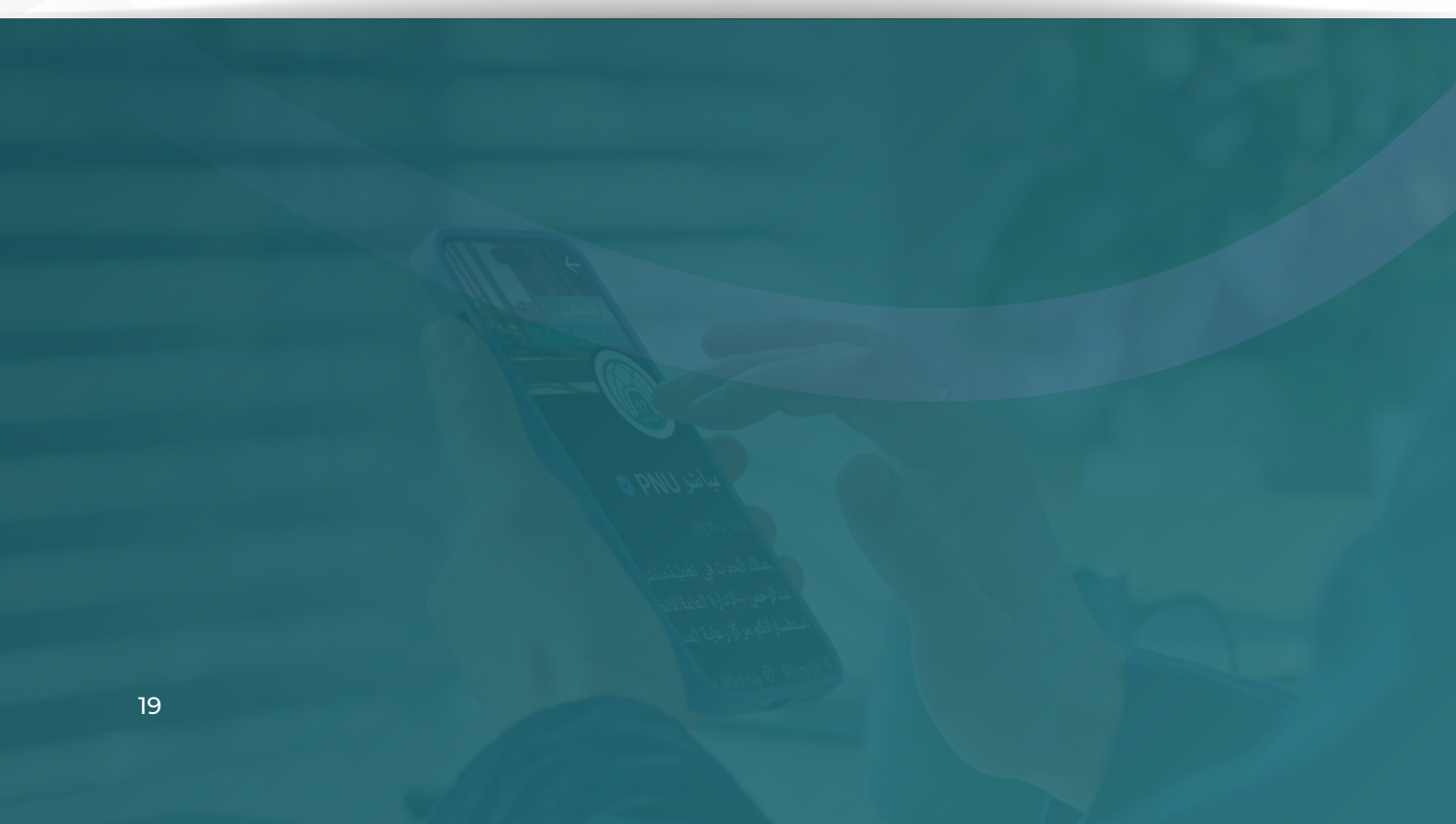
1. يختص حساب"مباشر" بتغطية الفعاليات، والمشاركات، والأنشطة المنفذة داخل الجامعة أو بمشاركتها الرسمية.
2. ذكر اسم الجهة المنظمة أو المشاركة بصيغتها الرسمية المعتمدة.
3. يُشترط نشر المحتوى خلال مدة لا تتجاوز ساعتين من بدء الحدث، بصيغة تغطية فورية.
4. يُلزم باستخدام وسم #يحدث_الآن في بداية المنشورات، دون استثناء.
5. تضمين وسمَي #جامعة_الأميرة_نورة و #PNU في نهاية المنشور أو ضمن متنه، دون استثناء.
6. تُصاغ جميع المنشورات بصيغة المضارع،مع الالتزام بتوحيد لغة الأرقام واعتماد الأرقام الإنجليزية.
7. يقتصر محتوى المنشور على الوصف المهني للحدث، ويُمنع تضمين أي معلومات غير دقيقة أو غير معتمدة، أو صياغات إنشائية أو دعائية، أو طابع شخصي خارج نطاق الحدث.
8. يُسمح بذكر أسماء الأشخاص في محتوى المنشور في الحالات المرتبطة بالجوائز أو التكريم، أو تقديم ورش العمل، أو المشاركات الرسمية المعتمدة.
9. يُمنع نشر الصور المولدة أو المعدلة بالذكاء الاصطناعي، ويُشترط أن تكون الصور المرفقة توثيقًا حقيقيًا للحدث دون أي تعديلات تؤثر في مصداقية المحتوى أو دقته.
10. يمنع نشر الصور التي تحتوي على مأكولات ومشروبات، أو أي مواد دعائية وإعلانية.
11. أن تكون الصورة أفقية مستقيمة، وبإضاءة مناسبة، وخالية من العشوائية أو الفوضى البصرية.
12. تقع مسؤولية دقة المعلومات وصحة محتوى المنشور على منسق/ة الاتصال في الجهة ذات العلاقة.
13. يتم النشر عبر الحساب تحت إشراف إدارة الاتصال والتسويق التابعة للإدارة العامة للاتصال المؤسسي، ولها صلاحية التعديل أو الإيقاف عند عدم الالتزام بما ورد في الدليل .

الإجراءات:

1. ترسل منسقة الجهة المنشورات مرفقة بالصور إلى المجموعة في القالب المعتمد من إدارة الاتصال والتسويق.
2. استقبال المنشور من منسقة الجهة وقت إقامة الفعالية مباشرة "خلال ساعتين".
3. صياغة التغريدة وفق القالب التالي:

- #يحدث_الآن:
فعل مضارع, الجهة, الحدث / الفعالية, المكان, (اختياري: الهدف أو الفئة المستهدفة).
#جامعة_الأميرة_نورة
#PNU

4. يجب توثيق الحدث بصور حية من موقع التنفيذ، على أن تكون واضحة، مناسبة، ومعبّرة عن طبيعة النشاط، مع إرفاق أكثر من صورتين.
5. يمنع نشر صور الأشخاص دون الحصول على موافقتهم الخطية وتوقيع نموذج التصوير المعتمد.
6. يُنشر المحتوى عبر حساب (مباشر) من قبل منسقة الاتصال الداخلي.
7. تتابع منسقة الجهة التفاعل مع التغريدة لمدة ساعتين من وقت نشرها.



ثانياً: الحسابات المساندة على منصات التواصل الاجتماعي

الضوابط

الالتزام بالضوابط العامة الواردة في الباب الأول، بالإضافة إلى:

1. تخضع جميع المنشورات في الحسابات المساندة للمراجعة الدورية من الإدارة العامة للاتصال المؤسسي لضمان اتساقها مع الهوية المؤسسية للجامعة، ولا يُسمح بنشر أي إعلان أو تغريدة فيها إلا بعد اعتماد المحتوى من إدارة الاتصال والتسويق.
2. تفعيل الرسائل الخاصة للحساب والتفاعل مع الفئة المستهدفة بانتظام، لاستقبال الاستفسارات والملاحظات، وتحويلها إلى مكتب رعاية المستفيدين أو الجهة المختصة.
3. تتولى مسؤولة الحساب إضافة محتويات جديدة بصفة دورية بعد اعتمادها للنشر، لضمان تفاعل الحساب.
4. تتحمل الجهة المالكة للحساب كامل المسؤولية عند حدوث أي مخالفة أو إساءة استخدام.

الإجراءات:

1. تعبئة نموذج طلب نشر عبر منصات التواصل الاجتماعي (X – سناب – إنستغرام – تيك توك – تيليغرام – لينكدإن).
2. رفع المنشورات المرفقة بالصور أو الفيديو والمجدولة شهريًا إلى بريد وحدة الاتصال الخارجي لاعتمادها قبل النشر.
3. تُراجع التغريدات، وبعد الاعتماد يُوجَّه القرار إلى الجهة الطالبة، ويُمنع نشر أي تغريدة عبر الحسابات الفرعية قبل اعتمادها.

ضوابط فتح الحسابات على منصات التواصل الاجتماعي (X - سناب - إنستغرام - تيك توك - تيليغرام - لينكدإن)

1. الالتزام بسياسة هيئة الحكومة الرقمية بشأن توثيق حسابات الجهات الحكومية، وفق الخطاب رقم (1581) بتاريخ 1445/8/17هـ.
2. ألّا يكون للجهة حساب فرعي سابق على المنصات الرقمية داخل الجامعة.
3. تخضع الحسابات المساندة لإشراف الإدارة العامة للاتصال المؤسسي، ويحق لها طلب حذف أو تعديل أي محتوى غير مناسب.
4. الالتزام بعدم متابعة أي حساب خارج منظومة الجامعة إلا بموافقة الإدارة العامة للاتصال المؤسسي.
5. تعد الجهة خطة تشغيلية متكاملة للحساب وتقدمها إلى الإدارة العامة للاتصال المؤسسي تتضمن: الهدف من إنشائه وآلية تفعيله.
6. يلتزم الحساب باستخدام شعاره الخاص، مع احترام حقوق الملكية الفكرية لاسم الجامعة وشعارها وممتلكاتها، والحصول على الموافقات اللازمة عند استخدام أي مواد خاضعة لحقوق الجامعة.
7. أن يكون حراك الجهة مقدمة الطلب مستمرًا طوال العام وليس وقتيًا أو مؤقت.
8. أن يكون للجهة جمهور خارجي مستهدف تسعى للوصول إليه من خلال الحساب.
9. تتحمل الجهة المسؤولية الكاملة عن الحساب (المكتوب، المسموع، المرئي أو المعاد نشره)، وتفويض أحد منسوبيها رسمياً للإشراف عليه.

الإجراءات:

1. تعبئة نموذج طلب فتح حساب على المنصات الخارجية، واختيار المنصة المستهدفة.
2. إرفاق الخطة التشغيلية للحساب متضمنة الأهداف وآلية التفعيل.
3. رفع النموذج إلى إدارة الاتصال والتسويق عبر البريد الرسمي لاعتماده والموافقة عليه.
4. اعتماد الطلب من الإدارة العامة للاتصال المؤسسي قبل تفعيل الحساب.
5. في حال تغيير المسؤول عن الحساب، تتم إعادة تعبئة وإرسال النموذج لاعتماده بشكل رسمي من جديد.

الحسابات المساندة

عمادة شؤون الطالبات @dsa_pnu	جائزة الأميرة نورة للتميز النسائي @PNPWE_KSA	عمادة القبول والتسجيل @Admission_pnu
المجلس الاستشاري @SAC_PNU	الأندية الطلابية @Pnu_dsa	عمادة الدراسات العليا @Dgs_Pnu
الشؤون الرياضية @PnuSports	إدارة الخريجات @alumni_pnu	الإدارة العامة للاستثمار @investpnu
عمادة البحث العلمي والمكتبات @dla_pnu	وكالة الجامعة للدراسات العليا و البحث العلمي @vgs_pnu	الإدارة العامة للموارد البشرية @hrd_pnu

الشؤون الصحية

@kaauh_pnu

مركز القيادات النسائية

@WLCorg

مكتب رعاية المستفيدين

@pnu_care

المرصد الوطني للمرأة

@now_org_sa

الكلية التطبيقية

@coc_pnu

مركز ساره السديري لدراسات المرأة

@SarahAlsudairiC

معهد اللغة الإنجليزية

@ELI-PNU

إدارة الخريجات

@alumni-pnu

الكلية التطبيقية

@coc_pnu

معهد التنمية والخدمات الاستشارية

@dcsi-pnu

مركز الابتكار وريادة الأعمال

@iec-pnu

الشؤون الصحية

@kaauh_pnu

ثالثاً: الشاشات الإلكترونية

أ- الشاشات الداخلية

الالتزام بالضوابط العامة الواردة في الباب الأول، بالإضافة إلى:

1. أن يكون المحتوى بصيغة صورة مع إرفاق ملف (PowerPoint) مكتوباً.
2. في حال كان المحتوى مرئيًا، يجب أن يكون بصيغة (MP4 – WMV) ولا تتجاوز مدته دقيقتين.
3. أن تكون الشريحة باتجاه أفقي.
4. الالتزام بالمواصفات الفنية المعتمدة للبنرات والفيديوهات.
5. أن تكون دقة الصور والفيديو بين (800×600) و(1024×768) لتناسب شاشات العرض.
6. كتابة تاريخ إزالة المحتوى من الشاشات في نموذج طلب النشر.

ب- الشاشات الخارجية

الالتزام بالضوابط العامة الواردة في الباب الأول، بالإضافة إلى:

1. أن يكون المحتوى خاصًا بجامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن، ويعكس مكانة الجامعة
2. الالتزام بالمواصفات الفنية للفيديو والبوسترات، مثل:

- حجم الفيديو: Width 1080, Height 768, Frames per second 25.
- المنطقة الآمنة لكتابة المعلومات، بحيث لا يتم كتابة أي بيانات هامة خارجها: Width 860, Height 608.
- صيغة الفيديو (Extensions): (H.264) mp4، بحيث يتم تحويل الفيديو النهائي لصيغة mp4 عن طريق برنامج Adobe Media Encoder.
- كتابة النصوص: يجب أن لا يقل حجم الخط عن (8 PX)، مع مراعاة الخطوط المستخدمة واضحة وسهلة القراءة.
- مراعاة الكتابة بالألوان الفاتحة على خلفية غامقة والعكس.

- **الإجراءات:**

1. تعبئة نموذج طلب نشر المحتوى على الشاشات بالمواصفات الفنية، مع تحديد مدة العرض وفترة الإزالة.
2. رفع الطلب عبر البريد الرسمي لوحدة الاتصال الداخلي – إدارة الاتصال والتسويق.

رابعاً: البريد الإلكتروني

- **الضوابط:**

الالتزام بالضوابط العامة الواردة في الباب الأول، بالإضافة إلى:

1. أن يكون المحتوى رسميًا ومرتبطًا بالأنشطة الجامعية.
2. يُمنع استخدام البريد لأغراض شخصية أو خارج نطاق العمل.
3. في حال احتوى البريد على وسائط (صور أو فيديو)، تُراعى التقيد بالمواصفات الفنية المعتمدة.

- **الإجراءات:**

1. تعبئة نموذج طلب النشر عبر البريد الإلكتروني، مع تحديد مدة العرض وفترة الإزالة.
3. رفع الطلب عبر البريد الرسمي لوحدة الاتصال الداخلي – إدارة الاتصال والتسويق.
4. رفع النصوص والصور (إن وجدت) مرفقة مع الطلب بصيغ معتمدة.

خامساً: الرسائل النصية (SMS)

الالتزام بالضوابط العامة الواردة في الباب الأول، بالإضافة إلى:

1. يتراوح نص الرسالة بين (70–210 حرف)، مع تحديد موعد الإرسال مسبقًا.
2. توجيه الطلب وإرفاق نص الرسالة عبر البريد الرسمي لوحدة الاتصال الداخلي.

سادسًا: النشر على موقع الجامعة الإلكتروني

الالتزام بالضوابط العامة الواردة في الباب الأول، بالإضافة إلى:

1. يُمنع نشر المحتوى الرقمي في الموقع الإلكتروني لجامعة الأميرة نورة قبل أن يتم اعتماده من الإدارة العامة للاتصال المؤسسي.
2. توجيه الطلب وإرفاق المحتوى عبر البريد الرسمي لوحدة الاتصال الداخلي.

سابعًا: النشر على الحسابات الشخصية لمنسوبات ومنسوبي الجامعة في وسائل التواصل الاجتماعي

1. مراعاة نظام مكافحة جرائم المعلوماتية السعودي الصادر بالمرسوم الملكي رقم (م/17) بتاريخ 1428/3/28هـ.
2. يُمنع مشاركة أيّ معلومات يمكن أن تمسّ سمعة الجامعة أو تسيء لها بأيّ شكل، وتخضع لمخالفة نظام مكافحة جرائم المعلوماتية من جهة الاختصاص.
3. الالتزام بنظام حقوق الملكية الفكرية حسب الأنظمة المعمول بها في المملكة العربية السعودية.
4. عند تعريف الحساب بالانتماء للجامعة أو ذكر الصفة الوظيفية (أستاذ، عميد، وكيل؛ إلخ)، يجب توضيح أن الحساب شخصي ولا يمثل جامعة الأميرة نورة.
5. يُمنع استخدام شعار الجامعة أو أي معلومات أو أرقام خاصة بها في الحساب الشخصي.
6. لا يُسمح بالتواصل باسم الجامعة أو تمثيلها من خلال الحساب الشخصي، كما لا يحق للموظف الإداري التواصل مع الجمهور بصفته الإدارية عبر حسابه الشخصي.
7. لا يجوز نشر الوثائق أو البيانات الرسمية عبر الحسابات الشخصية.
8. يُمنع نشر الأخبار أو الإعلانات قبل اعتمادها من الجهة المسؤولة في الجامعة أو من يمثلها رسميًا.
9. يُسمح بإعادة نشر أو مشاركة محتوى الحسابات الرسمية للجامعة فقط في وسائل التواصل الاجتماعي.
10. الالتزام بالمسؤولية الشخصية في دقة المعلومات المنشورة، وتجنب أي محتوى قد يسيء للجامعة أو يخالف القوانين.
11. يُمنع الإساءة إلى أيّ شخص، أو متابعة الحسابات العنصرية، أو الحسابات المثيرة للفتن، أو المخالفة لسياسات الدولة، أو المتعارضة مع مصالح الجامعة.
12. تتولى الإدارة العامة للاتصال المؤسسي رصد المخالفات الاتصالية ومخالفات انتهاك حقوق الملكية الفكرية للجامعة، والرفع بها إلى الإدارة القانونية لاتخاذ اللازم.
13. في حال لم يُعرف العضو أو العُضوة بصفته/ا الوظيفية، فهو يخضع للأنظمة والتعليمات الحكومية في المملكة العربية السعودية فقط.

المحور الثاني: النشر الخارجي

تُعد المنصات الخارجية نافذة الجامعة إلى المجتمع، ويُراعى فيها ضوابط خاصة تضمن مهنية المحتوى واتساقه مع الهوية المؤسسية، ومنها:

- الصحف ووسائل الإعلام
- الشراكات والجهات المتعاونة
- الظهور الإعلامي لمنسوبات/منسوبي الجامعة





أولًا: الصحف ووسائل الإعلام

- **الضوابط:**

الالتزام بالضوابط العامة الواردة في الباب الأول، بالإضافة إلى:

1. التنسيق المسبق مع إدارة الإعلام والتأثير المعرفي قبل تزويد أي وسيلة إعلامية بالبيانات أو الأخبار.
2. يُمنع تواصل الأفراد بشكل مباشر مع وسائل الإعلام دون تفويض رسمي.
3. يُمنع الإعلان لأي جهة خارجية إلا بموافقة الإدارة العامة للاتصال المؤسسي.

- **الإجراءات:**

1. إعداد الخبر أو البيان الصحفي وفق النموذج المعتمد، ورفعه إلى وحدة الاتصال الداخلي.
2. يُوجَّه الخبر بعد المراجعة إلى إدارة الإعلام والتأثير المعرفي لاعتماده للنشر.

ثانيًا: الشراكات والجهات المتعاونة

1. في حال كان طلب النشر من جهة حكومية / السماح بالنشر دون وجود اتفاقية.
2. في حال كان طلب النشر من جهة خاصة / لا يُسمح بالنشر إلا بوجود شراكة مبرمة.
3. في حال وجود اتفاقية سارية لا مانع من إضافة الشعار الفرعي وشعار الجهة، على أن يتم مراجعة الطلب والتحقق من الشروط والضوابط من قِبل منسقة الاتصال.
4. في حال عدم وجود اتفاقية سارية، وعند رغبة الجهة في إضافة شعار جهة خارجية فقط، تُحال الطلبات إلى إدارة الاتصال والتسويق لدراستها واتخاذ ما يلزم بشأنها.
5. في حال الرغبة في إدراج شعار الراعي، يتم تزويد إدارة الاتصال والتسويق بنسخة من اتفاقية الرعاية الموقعة، على أن تتضمن الاتفاقية جميع المزايا المتفق عليها، بما في ذلك السماح بإدراج الشعار، مع تحديد أماكن ووسائل العرض (مثل الشاشات، الإعلانات، التغريدات، أو أي وسائط أخرى).
6. أن تكون المادة الإعلامية مرتبطة مباشرة بالشراكة أو الاتفاقية الموقعة مع الجامعة.
7. الحصول على موافقة من وحدة الاتصال الخارجي قبل النشر على المنصات الرقمية.
9. منع استخدام شعار الجامعة من قبل الشريك أو الراعي إلا بعد موافقة من الإدارة العامة للاتصال المؤسسي.
10. التأكد من أن جميع المواد المنتجة (إعلانات، دعوات، بروشورات) تخضع للتدقيق قبل النشر.

- **الإجراءات:**

مراعاة الإجراءات العامة الواردة في الباب الأول، بالإضافة إلى:

1. رفع طلب النشر إلى بريد إدارة الاتصال والتسويق.
2. دراسة طلب نشر الإعلان عبر (منصة X – منصات التواصل الاجتماعي الأخرى – البريد) وتحويله للجهة المختصة:
   - النشر عبر منصات التواصل الاجتماعي: يُحال إلى إدارة الإعلام.
   - النشر عبر البريد الإلكتروني: يتم عبر النشرة الإعلانية في وحدة الاتصال الداخلي- إدارة الاتصال والتسويق.

ثالثًا: الظهور الإعلامي لمنسوبات/منسوبي الجامعة

يُقصد بالظهور الإعلامي هو المشاركة في وسائل الإعلام االمسموعة، والمقروءة، والمرئية، بالإضافة إلى المنصات الإعلامية الرقمية.

- في حال دعوة منسوبة/منسوب الجامعة للظهور الإعلامي بصفة ممثل عن الجامعة في أي من المناسبات أو الفعاليات أو مافي حكمها، يلزم التنسيق المسبق بين وحدة الاتصال في الجهة التابع لها العضو، وبين الإدارة العامة للاتصال المؤسسي، عبر الوسائل المتاحة (هاتف – بريد إلكتروني) لأخذ الموافقات اللازمة قبل الظهور.

- يحق لمنسوبة/منسوب الجامعة، الظهور في وسائل الإعلام بصفتهم الأكاديمية أو المهنية دون التنسيق المسبق،ليُعبر عن رأية الشخصي، دون أن يكون ظهوره تمثيلًا للجامعة أو يعبر عن رأيها اتجاه القضايا المطروحة، أو يُعطي إيحاء بظهوره أن مايُعبر عنه يُمثل الجامعة بأي شكل.

- يُمنع استخدام مرافق الجامعة في إجراء اللقاءات الإعلامية إلا في الحالات المتعلقة بالجامعة، وذلك بعد الحصول على الموافقة اللازمة من الإدارة العامة للاتصال المؤسسي والجهات ذات العلاقة.



جامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن
Princess Nourah bint Abdulrahman University

03

الباب الثالث

إنتاج المحتوى الرقمي

الإدارة العامة للاتصال المؤسسي
إدارة الاتصال والتسويق

إنتاج المحتوى الرقمي

تُعتمد الشروط الأساسية والمعايير الفنية لضمان جودة المحتوى الرقمي المنتج داخل الجامعة، بما يواكب الهوية المؤسسية ويعزز حضورها الإعلامي. وتُطبق هذه الضوابط على جميع المواد الإعلامية الرقمية التي يتم إنتاجها داخل الجامعة.

أولاً: إنتاج المحتوى الرقمي

أ- الضوابط العامة

مراعاة الضوابط العامة الواردة في الباب الأول، بالإضافة إلى:

1. أن تعكس الصور ومقاطع الفيديو والنصوص روح الجامعة وتعزز حضورها المؤسسي، وتكون متوائمة مع الهوية والثقافة السعودية.
2. أن تتوافق المادة المقترحة للإنتاج مع طبيعة الجهة، وفي إطار تخصصها المهني أو الأكاديمي أو العلمي.
3. التأكد من حقوق الملكية الفكرية للصور أو النصوص أو المقاطع المستخدمة في عملية الإنتاج.
4. الرجوع إلى مصادر موثوقة وتضمينها في هوامش المادة الرقمية لأغراض المراجعة.
5. الالتزام بعدم اقتباس أي معلومات دون الإشارة الصريحة إلى المصدر.
6. تحديد اسم المسؤولة عن المادة للرجوع لها عند الحاجة.
7. تقع مسؤولية المواد الإنتاجية ذات الأغراض التعليمية على الجهة الأكاديمية المختصة.

أ- المعايير الفنية

مراعاة المعايير العامة الواردة في الباب الأول، بالإضافة إلى:

1. أن تتراوح مدة المحتوى المرئي ما بين (6 ثوانٍ – 120 ثانية).
2. وضع شعار الجهة المنفذة على المادة المنتجة بشكل واضح.
3. تنفيذ الخطة الإنتاجية وفق المعايير الفنية الواردة.
4. الالتزام بتطبيق القالب المعتمد للنشر بحسب نوع المادة (نصية / مرئية).
5. استخدام خط الجامعة المعتمد (PNU) في جميع النصوص.
6. مصادقة المسؤول عن المادة الرقمية من الجهة المنتجة قبل الرفع.
7. رفع المادة المنتجة لإدارة الإعلام والتأثير المعرفي للاعتماد النهائي قبل النشر.
8. الالتزام بالمدة الزمنية المحددة لاعتماد المحتوى الرقمي، كما هو موضح في النموذج.
9. مراعاة التزامن والتوقيت عند إنتاج المادة بما يضمن مناسبتها للنشر.
10. تقديم الطلب وفق المراحل المحددة في نموذج اعتماد المحتوى الرقمي.

إجراءات طلب نشر المحتوى الرقمي على منصات التواصل الاجتماعي

1. تعبئة نموذج الاعتماد المبدئي للمحتوى الرقمي من قبل منسقة الاتصال في الجهة وفق الخطة الزمنية الموضحة بالنموذج، مع التحقق من صحة المعلومات قبل الإرسال.
2. تُرسل جميع طلبات نشر المحتوى الرقمي عبر البريد الرسمي لوحدة الاتصال الداخلي.
3. يُوجَّه الطلب بعد المراجعة إلى إدارة الإعلام والتأثير المعرفي لاعتماد إنتاج المحتوى الرقمي.

ثانياً: إنتاج البودكاست (Podcast)

لتقديم برنامج بودكاست ضمن قناة الجامعة، يلتزم مقدم البرنامج باستيفاء التالي:

- **الضوابط:**

1. التسجيل باستخدام تطبيق "المذكرات الصوتية" بالجوال.
2. وضوح الصوت ومخارج الحروف وتجنب الضوضاء.
3. مراعاة الفراغات الصوتية في الانتقالات بين المحاور والفقرات.
4. استخدام لغة واضحة وسهلة والابتعاد عن التكلّف.
5. الاسترسال في الحديث، على ألا يقل البودكاست عن 10 دقائق ولا يزيد عن 30 دقيقة.

- **إجراءات تسجيل حلقة بودكاست:**

1. تقديم اسم البرنامج المقترح.
2. إرسال صورة تعريفية تمثل البرنامج (تُرسل مرة واحدة).
3. إرسال وصف عام للبرنامج (يُرسل مرة واحدة).
4. تحديد عنوان لكل حلقة يتم إرساله بشكل منفصل في كل مرة.
5. تقديم وصف موجز لكل حلقة مع كل طلب نشر.
6. إرسال النص لإحدى الحلقات يوضح الخط التحريري للبرنامج.
7. إرسال حلقة أولى كتجربة، للتأكد من استيفائها للمتطلبات وفق نموذج اعتماد المحتوى الرقمي.
8. بعد الموافقة المبدئية، تُرسل (6) حلقات للبرنامج مع مراعاة الخط التوعوي والاعتماد على معلومات صحيحة، وبما يتماشى مع نموذج اعتماد المحتوى الرقمي.



جامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن
Princess Nourah bint Abdulrahman University.

04

الباب الرابع

الفعاليات والتغطيات الإعلامية

الإدارة العامة للاتصال المؤسسي
إدارة الاتصال والتسويق

الفعـاليات
والتغطيات الإعـلامية

تُمثل الفعاليات بأنواعها إحدى أهم منصات الجامعة للتواصل مع المجتمع وإبراز إنجازاتها، وتأتي التغطية الإعلامية المصاحبة لها كأداة رئيسية لتوثيق الحدث ونشر رسالته بما يعكس الهوية المؤسسية ويعزز حضور الجامعة محليًا ودوليًا.

الحراك الأسبوعي:

- يتم استقبال الحراك الخاص بالجهة وذلك كل أسبوع، خلال موعد محدد ولا يقبل بعد ذلك.
- يرسل خبر واحد يشتمل على جميع فعاليات الأسبوع لدى الجهة، محررًا كخبر صحفي، مفصّل وليس نقاطًا أو جدولًا.

دليل الفعاليات:

- يُستقبل جدول الفعاليات من كل جهة كل شهرين خلال موعد محدد، ولا يُقبل أي جدول أو فعالية غير مُدرجة.

التغطية الإعلامية:

- لا تُقبل أي فعالية غير مُدرجة في دليل/جدول الفعاليات المعتمد.
- تُعبّأ منسقة الاتصال نموذج طلب التغطية الإعلامية وتُرسله قبل الفعالية بخمسة (5) أيام عمل على الأقل.
- في حال كانت الفعالية على مستوى الجهة: تُرسل منشورات (يحدث الآن) فقط للتغطية عبر القروب المخصص للنشر.

جامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن
Princess Nourah bint Abdulrahman University

05

الباب الخامس

سياسة توقيع الاتفاقيات ومذكرات التفاهم

الإدارة العامة للاتصال المؤسسي
إدارة الاتصال والتسويق

سياسة توقيع الاتفاقيات ومذكرات التفاهم

تلتزم الجهة المعنية عند توقيع الاتفاقيات أو مذكرات التفاهم مع الجهات الخارجية بالضوابط التالية:

1. إدراج الشراكة ضمن دليل الفعاليات، باعتباره المرجع الرسمي المعتمد للتغطيات الإعلامية.
2. إرسال النسخة النهائية المعتمدة من الاتفاقية/مذكرة التفاهم — سواء كانت مصدّقة من مجلس الجامعة أو من الإدارة العامة للاتصال المؤسسي — لرفعها إلى إدارة الإعلام والتأثير المعرفي.
3. متابعة التنسيق مع الطرف الآخر من قبل منسقة الاتصال في الجهة، إذا كانت الشراكة على مستوى الجهة فقط.
4. يُمنع إدراج أي شعارات أو أسماء شركاء إلا بعد الحصول على الموافقة الرسمية من الإدارة العامة للاتصال المؤسسي.
5. تُرفع جميع المواد التعريفية المصاحبة للاتفاقيات (مثل الدعوات والبروشورات) إلى وحدة الاتصال الداخلي في إدارة الاتصال والتسويق لمراجعتها قبل النشر.
6. التنسيق مع إدارة الإعلام والتأثير المعرفي فيما يتعلق بالتصوير وإعداد البيان الصحفي.

في حال استضافة الجامعة لمراسم التوقيع، يتم الالتزام بالآتي:

1. إرسال تصميم "البانر" الخاص بالمراسم إلى وحدة الاتصال الداخلي لاعتماده قبل الطباعة، وفق الضوابط التالية:
   - أن يكون العنوان متوافق تماماً لما جاء في نص المذكرة أو الاتفاقية.
   - إدراج شعار الجامعة دائمًا في الجهة اليمنى في جميع التصاميم واللوحات الخاصة بمراسم التوقيع التي تستضيفها الجامعة.
   - إرفاق اليوم والتاريخ والتأكد من صحته.
   - إرفاق نسخة من الاتفاقية مع البانر للمطابقة.
2. رفع نموذج طلب التغطية الإعلامية المعتمد لوحدة الاتصال الداخلي قبل موعد التوقيع بأسبوعين.
3. تصوير مراسم التوقيع من خلال منسقة الاتصال في الجهة.
4. تُعتمد الصور من إدارة الاتصال والتسويق قبل مشاركتها.
5. مشاركة الصور المعتمدة مع الطرف الآخر لنشرها في قنواتهم.
7. إخطار الطرف الآخر بضرورة المحافظة على حقوق الملكية الفكرية للجامعة.
8. لا يجوز نشر الوثائق أو البيانات الرسمية عبر الحسابات الشخصية.

ثانياً: في حال كانت الجهة الخارجية هي المستضيفة لمراسم التوقيع، يتم الالتزام بما يلي:

1. إعداد البيان الصحفي للحدث من قِبل الجهة المستضيفة.
2. تُرسل منسقة الاتصال في الجهة، البيان الصحفي إلى إدارة الإعلام والتأثير المعرفي قبل موعد التوقيع بـ (5) أيام عمل للاعتماد والمصادقة.
3. في حال وجود تعديلات، تلتزم منسقة الاتصال في الجهة بإرسال النسخة المعدلة مرة أخرى إلى إدارة الإعلام والتأثير المعرفي للاعتماد والمصادقة.
4. يتم تصوير مراسم التوقيع من قبل الجهة المستضيفة.
5. تُعتمد الصور من إدارة الاتصال والتسويق قبل مشاركتها.
6. إرسال الخبر الصحفي المعتمد إلى وسائل الإعلام من خلال الجهة المستضيفة، بعد اعتماده ومصادقته من إدارة الإعلام والتأثير المعرفي.
7. التزام الطرف الآخر بالحفاظ على حقوق الملكية الفكرية لجامعة الأميرة نورة بنت عبد الرحمن.

جامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن
Princess Nourah bint Abdulrahman University.

06

الباب السادس

المخالفات الاتصالية

الإدارة العامة للاتصال المؤسسي
إدارة الاتصال والتسويق

المخالفات الاتصالية

في سبيل الحفاظ على سمعة مؤسسية إيجابية لجامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن، وتعزيزًا لصورتها الذهنية أمام شركائها والجمهور، تعمل الإدارة العامة للاتصال المؤسسي على رصد المخالفات الاتصالية، المتضمنة مايلي:

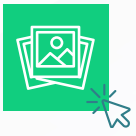
- مخالفات دليل السياسات والإجراءات الاتصالية لجامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن والتي تتضمن تجاوزات على بنود الدليل.
- مخالفات انتهاك حقوق الملكية الفكرية للجامعة، والتي تستهدف انتهاك حقوق اسم وشعار جامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن، بأي شكل من الأشكال سواءًا لاستخدامها لأغراض تجارية أو غير ذلك، كونها علامة تجارية مسجلة لدي الهيئة السعودية للملكية الفكرية.
- مخالفات نظام مكافحة الجرائم المعلوماتية.
- مخالفة وثيقة مبادىء أخلاقيات استخدام الذكاء الاصطناعي في الإعلام.
- مخالفة تعميم رئيسة الجامعة رقم 21454 تاريخ 1433/9/13هـ، بشأن المحافظة على سرية المعلومات الحساسة والوثائق الرسمية.

وغيرها من المخالفات التي من شأنها المساس بالسمعة المؤسسية لجامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن.

جامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن
Princess Nourah bint Abdulrahman University.

روابط نماذج الاتصال والتسويق

اضغط على الأيقونة للوصول إلى الرابط مباشرة



قالب
#يحدث_الآن



نماذج وحدة
الاتصال الداخلي



نماذج وحدة
الاتصال الخارجي

جامعة الأميرة نورة بنت عبدالرحمن
Princess Nourah bint Abdulrahman University.

شكراً لكم

الإدارة العامة للاتصال المؤسسي
إدارة الاتصال والتسويق

Gdi-cmd@pnu.edu.sa
www.pnu.edu.sa